

21

世纪高职高专精品教材·会展专业

Huizhan
Xinxi Guanli

会展信息管理

(第二版)

金蓓 编著

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



21

世纪高职高专精品教材·会展专业

Huizhan
Xinxi Guanli

会展信息管理

(第二版)

金蓓 编著



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 金 蓓 2012

图书在版编目 (CIP) 数据

会展信息管理 / 金蓓编著. —2 版. —大连: 东北财经大学出版社, 2012. 8

(21 世纪高职高专精品教材·会展专业)

ISBN 978-7-5654-0909-7

I. 会… II. 金… III. 展览会-信息管理-高等职业教育-教材 IV. G245

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 168203 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连日升印刷厂印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm

字数: 175 千字

印张: 9 1/2

2012 年 8 月第 2 版

2012 年 8 月第 3 次印刷

责任编辑: 鲍洪岩 王纪新

责任校对: 惠恩乐

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-0909-7

定价: 18.00 元

第二版前言

《会展信息管理》教材在国内很多开设了会展相关专业的院校已使用了三年，得到了大家的一致好评，同时也收到了很多中肯的建议。本次修订，我们根据收集到的反馈意见，对全书，特别是对应用于教学的部分做了规范性的修改，对其中引用的案例和教学素材也一并做了补充和更新。

由于修订时间相对紧张，更由于编者的水平有限，书中仍不免有许多错误和疏漏之处，在此特恳请广大同行、专家和学生提出宝贵意见，以便今后进一步修正与完善。

编著者

2012年8月于北京

第一版前言

会展业是一个正在蓬勃发展的朝阳行业，就其本身来说也是一个信息密集的产业。信息技术的迅速发展正强烈地影响着各行各业的发展，改变着世界，对新兴的会展业也不例外，这就要求处于会展行业的经营管理人员不仅具备全面科学的经营管理知识，而且还要顺应时代发展和行业发展的需要，能够采用先进的信息技术处理复杂的信息资源，对信息处理结果做出及时、有效的反应，保证会展行业的健康发展。目前我国会展业信息化建设和应用正处于起步阶段，与此同时的是我国的会展教育，虽然不少大专院校开设了会展相关专业，但行业信息化建设和应用方面的理论与实践仍是一个新的课题。作为一名关注行业信息建设，并工作在教育第一线的教育工作者，一直希望能够把相关理论和实践探索结果总结呈现出来，于是就整理编写了这本《会展信息管理》。

本书按照会展项目管理过程中的主要环节来介绍其信息化的建设和使用，同时对会展现场、会展场馆、客户关系管理与系统安全几个主要模块做了重点介绍。全书分为7章。第1章主要介绍管理信息系统、会展管理信息系统以及会展管理信息系统的技术基础。第2、3章分别介绍了会展项目策划与运营全过程中信息化建设和应用的问题。第4、5、6、7章分别对会展行业信息化建设中的几个重点模块做了介绍：第4章主要从实际应用的角度分析了会展活动现场信息管理系统的流程，信息管理的主要对象与方式比较，重点讨论了现场观众和参展商信息的管理；第5章主要介绍了展览馆等主要会展活动场馆的信息化建设，客户关系管理是会展企业势在必行的措施；第6章介绍了会展企业客户关系管理信息化，即CRM实施的意义与主要功能模块；会展信息化实现的软件系统会继承一般信息系统的特点，所以在第7章中就介绍了系统安全和用户使用权限问题，作为本书的一个拓展内容。全书在每一章都附有相关的实训题目，用于指导教学实践，并附有大量案例供读者参考，内容突出基础性和实践性，可作为高等院校会展管理相关专业的专业基础课教材，也可作为相关行业培训参考用书。

在此，要特别感谢北京城市学院会展专业所有老师对本书编写工作的大力支持，感谢北京昆仑亿发科技发展有限公司贺刚副总经理。本书在编写过程中参阅和引用了部分已有的研究成果和文献，大部分已注明出处，在此谨向这些作者表

2 会展信息管理

示诚挚的谢意。由于作者经验和水平有限，不足之处敬请广大读者和专家不吝指正。

作 者

2008 年 10 月

目 录

第1章 会展信息管理概述	⇨1
学习目标	/1
1.1 管理信息系统	/1
1.2 会展信息	/6
1.3 会展信息管理	/8
1.4 会展信息管理的技术基础	/13
1.5 本章实训	/22
第2章 会展项目策划信息管理	⇨24
学习目标	/24
2.1 会展项目策划信息管理的主要内容	/28
2.2 会展策划信息的收集	/34
2.3 会展策划信息的管理与应用	/40
2.4 本章实训	/47
第3章 会展项目运营信息管理	⇨50
学习目标	/50
3.1 会展项目运营信息管理的流程	/53
3.2 会展项目运营信息化管理的主要内容	/54
3.3 会展项目运营信息化管理系统	/58
3.4 本章实训	/64
第4章 会展现场服务信息管理	⇨65
学习目标	/65
4.1 会展现场信息化服务介绍	/66
4.2 会展现场信息管理系统	/70
4.3 本章实训	/89
第5章 会展场馆信息管理	⇨96
学习目标	/96
5.1 会展场馆信息化建设的主要模块与结构	/97
5.2 会展场馆信息中心	/101

2 会展信息管理

5.3 展馆客户关系管理系统 /104

5.4 展馆财务管理系统 /108

5.5 展馆服务管理系统 /109

5.6 展馆内部办公管理系统 /112

5.7 本章实训 /118

第6章 CRM在会展行业中的应用 ⇨122

学习目标 /122

6.1 CRM概述 /123

6.2 会展业CRM应用 /125

6.3 本章实训 /129

第7章 会展管理信息系统设计与维护 ⇨131

学习目标 /131

7.1 会展管理信息系统设计流程 /132

7.2 会展管理信息系统设计方法 /133

7.3 会展管理信息系统用户安全管理 /133

7.4 会展管理信息系统运营维护 /138

7.5 本章实训 /141

第 1 章

会展信息管理概述

学习目标

明确：管理信息系统涉及的基本概念、发展、分类，以及管理信息系统的基本功能和主要类型。

掌握：会展行业中信息的组成要素和功能，信息管理的主要方法和途径。

了解：信息化发展给会展业带来的影响；管理信息系统在会展业中的运用，会展管理信息系统的基本功能、结构和组成；会展信息管理的技术基础。

【引例】

我们应该重视现代信息技术的应用，关注互联网的发展给会展业带来的新契机。中国的会展业是一个年轻的行业，但它在发展时期就能够与发达国家成熟的会展业一样利用现代科技成果，借助同样的技术环境缩小与后者的差距。信息技术将帮助中国会展业实现跨越式发展，相信互联网和电子商务在中国会展业中的运用，将为中国会展业的加速发展安装一个强有力的引擎。

资料来源 中国贸促会高燕副会长在中国会展经济国际合作论坛上的讲话。

1.1 管理信息系统

1.1.1 信息

管理信息系统主要是对信息的加工、处理和分析，以此作为管理层决策的依据。了解信息的概念，以及信息与现实数据的联系与区别是十分必要的。

“信息”一词来源于拉丁文“information”，原意是解释、陈述。在现代社会中，信息是一个被广泛使用的名词，随着信息的地位和作用的不断增强，人们对信息概念的理解的不断加深，信息的含义早已超出了原先的简单意义。目前，人们对信息概念的表述有许多种，例如：

信息是物质资源配置的信号。

信息是关于客观世界某一方面的知识。

信息是经济活动决策的依据。

信息是一种可供开发和利用的,并具有其自身价值的资源。

信息是经过加工并对人们的行动产生影响的数据等。

综合各种表述,人们普遍认为能够比较准确包含信息本质特征的定义是:信息是反映客观世界中各种事物的特征和变化并可借各种载体加以传递的有用的知识。这一含义包括以下四个方面的内容:

(1) 信息是对客观事物特征和变化的反映。人们通常所说的讯号、情况、指令、原始资料、情报、档案等都属于信息的范畴,因为它们都是对客观事物特征和变化的反映。

(2) 信息是可以传递的。信息必须是通过人们可以识别的符号、文字、数据、语言、图像、声音、光、色彩等信息载体来表现和传递的。

(3) 信息是有用的。信息的有用性是相对于其特定的接受者而言的。同样一则消息,对于甲、乙两个接受者而言,若对甲有用而对乙无用,则甲接受到的是信息,而乙接受到的就不是信息。例如,粮食增产的消息对于农民来说是信息,而对于在工厂工作的工人师傅来说可能就不是信息。

(4) 信息是有用的知识。信息和数据是信息管理系统中两个重要的概念,二者既紧密相联,又有着本质的区别,并且在特定的条件下可以相互转化。一般来说,数据是人们用来反映客观世界而记录下来的可以鉴别的数字、字母、符号、声音和图像;信息是对原始数据进行加工或解释后得到的对客观世界产生影响的数据。图 1—1 表明了信息与数据的联系和区别。

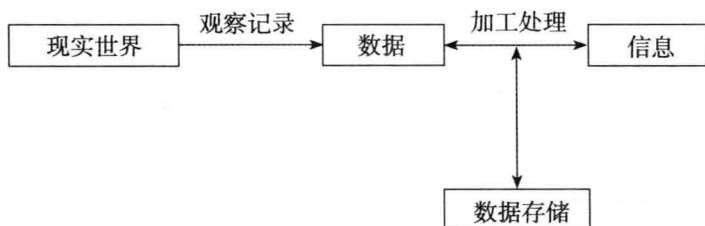


图 1—1 信息与数据的联系和区别

由图 1—1 可以看出,数据是对现实世界的客观事物观察记录的结果,随着载体的不同,数据的表现形式也不同。例如,同一个数据“今年粮食增产 200 万公斤”,写在纸上文字数据,通过新闻播出则是声音数据。信息是对数据加工处理后的产物,它不会随着承载它的实体形式的变化而变化。例如,数据“今年粮食增产 200 万公斤”被加工处理成一则信息之后,农民不论以何种载体得到这则信息,都会知道“今年的粮食增产了 200 万公斤”。另外,信息有有用性的严格限定,而数据则没有。例如,对于农民和工人师傅来说,“今年粮食增

产200万公斤”都是可见数据，而将其加工成信息之后对于工人师傅来说它就是无用的了。

1.1.2 管理信息

管理信息是组织在管理活动过程中采集到的、经过加工处理后对管理决策产生影响的各种数据的总称。它以从企业生产经营活动中收集到的原始数据为依据，经过加工处理、分析解释、明确定义后，对企业管理决策产生影响。管理信息的表现形式主要有报告、报表、单据、进度图、计划书、协议、标准、定额等，反映企业所进行的生产经营活动以及与之相关的外部环境。它是现代企业管理工作的依据。

现代企业管理所需的信息数量多、品种杂、范围广，为了科学合理地利用这些信息，必须对管理信息进行分类，而目前分类方法颇多，这里只列出以下两种主要的分类方法。

按管理信息的来源划分，可分为内部信息和外部信息。内部信息主要包括业务管理信息、质量信息、统计信息等。

按管理信息的作用划分，可分为战略计划信息、管理控制信息和作业信息。战略计划信息是指企业在制订发展战略计划时所依据的信息，既包括企业内部信息，如企业自身的经营要素和供需变化等，又包括企业的外部信息，如自然环境、人文环境和市场竞争环境等。

1.1.3 管理信息系统

管理信息系统（Management Information System, MIS）一词最早是由基莱荷（J. D. Gallagher）在电子数据处理系统（EDPS）的基础上于1961年提出的，其产生已有40多年的历史。它的含义有广义和狭义之分，广义的MIS是指存在于任何组织内部、为管理决策服务的信息收集、加工、存储、传递、检索和输出的系统；狭义的MIS是指按照系统思想建立起来的以计算机为基础、为管理决策服务的信息系统。1985年，管理信息系统的创始人，明尼苏达大学卡尔森管理学院的著名教授Gordon B. Davis（高登·戴维斯）对管理信息系统给出了这样的定义：“管理信息系统是一个利用计算机硬件和软件，手工作业，进行分析、计划、控制和决策的模型，以及数据库的用户—机器系统，它能提供信息，支持企业或组织的运行、管理和决策功能。”之后，不少专家学者都给出了管理信息系统的定义，目前普遍被采用的定义是：“管理信息系统是一个以人为主导，利用计算机硬件、软件、网络通信设备以及其他办公设备，进行信息的收集、传输、加工、存储、更新和维护，以企业战略竞优、提高效益和效率为目的，支持企业的高层决策、中层控制、基层动作的集成化的人机系统。”这个定义的基本要点是：

（1）管理信息系统是一个由人、机构成的系统，而不是一个单纯的机器系统；

（2）管理信息系统是一个以人为本的系统，强调决策的重要性和系统实施

的目的性；

(3) 管理信息系统是一个以实现管理增效为目的的系统，在管理的功能上明确指出了高、中、低三层的具体模式。

图 1—2 是管理信息系统的逻辑框图。

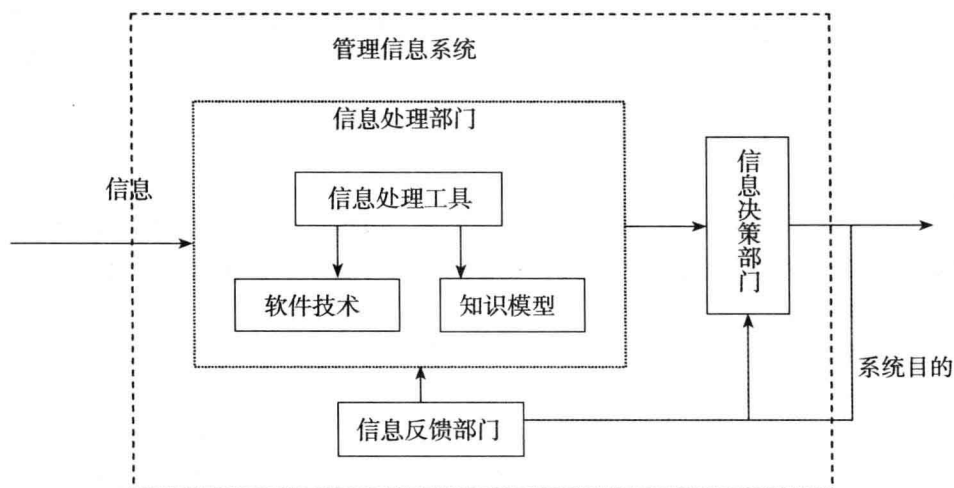


图 1—2 管理信息系统的逻辑框图

1.1.4 管理信息系统的基本功能、基本结构和基本组成

1) 管理信息系统的基本功能

管理信息系统的基本功能是对信息进行采集、处理、存储、管理、检索和传输，以达到供人们使用的目的。

(1) 信息采集。信息的采集是管理信息系统的基础，是系统所需信息的重要输入部分，系统通过信息采集功能，将系统内部和外部的各种有关信息收集起来，并转换成系统所需的形式。同时信息的采集要注意准确性、及时性和有效性，随着信息采集量的不断增多，信息的采集向着更高层次的自动化水平发展，以适应系统对信息量的需求。

(2) 信息处理。通过信息的采集，将管理信息系统的信息存储在计算机中，信息即被称为原始数据。要提供有价值的决策信息，供管理人员决策时参考，需要将原始数据进行分类整理、有序存储、加工处理等。常用的信息处理方式有分类、排序、查询、统计、计算、模拟、预测和判断等。

(3) 信息存储。在信息化的社会中，任何一个企业和单位都是一个大的信息处理系统，具有大量的数据，要对这些数据进行有效的存储，必须采用先进的存储技术。一般来说，信息的存储涉及两个方面的技术，一方面是硬件技术，即存储介质技术；另一方面是软件的数据存储技术，要求尽可能降低数据重复存储的冗余，保持数据的一致性、完整性、安全性和保密性。在硬件条件相同的情况

下,软件的存储技术是管理信息系统中信息存储的重要因素。

(4) 信息管理。信息的管理包括对数据格式、编码以及数据的组织方式、逻辑结构、访问权限和数据定义等方面的管理,随着系统数据量的增加,对于数据的管理就显得尤为重要。

(5) 信息检索。信息存储的目的是为了信息的再利用。从存储的大量信息中找出所需的信息就是信息的检索,迅速准确的信息检索是以科学和先进的存储为前提的。

(6) 信息传输。信息传输又称为信息的传递,其目的是要使信息成为一种可共享的资源。早先的信息传输主要依靠某种存储介质来作为传输的媒介,而现代的信息传输主要借助于计算机技术和通信技术,以及这两者结合的产物——网络技术。网络技术应用于信息的传输,对管理信息系统的发展起到了极大的促进作用。

2) 管理信息系统的基本结构

一个概念上的管理信息系统由信息源、信息处理器、信息管理者 and 信息使用者组成,如图1—3所示。其中信息源是数据的输入源,来源于系统内部或外部;信息处理器负责信息的接收、传输、加工、存储、输出等;信息管理者依据信息使用者的要求来进行系统的设计开发、运营维护;信息使用者还包括企业内部不同层次的管理者。

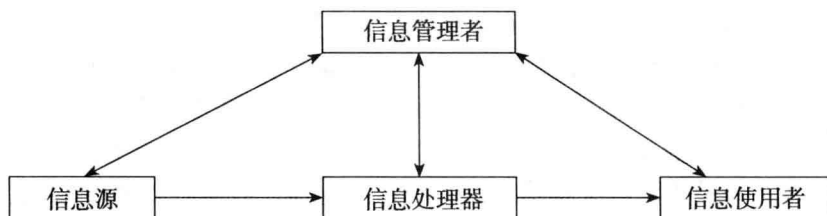


图 1—3 管理信息系统基本结构图

3) 管理信息系统的基本组成

管理信息系统通常由以下三个基本的系统组成:

(1) 管理系统。管理系统由企业组织机构、管理人员、规章制度等构成。

(2) 信息处理系统。信息处理系统由相应的硬件、软件、数据库、信息处理规程以及信息管理人员等组成。

(3) 信息传输系统。信息传输系统由终端设备、通讯线路和通讯控制设备组成。

管理信息系统的分类方式有多种,这里按照功能和适用性来分,可分为商业销售和经营的管理信息系统、生产制造和管理的管理信息系统、辅助设计和科研的管理信息系统、事务管理的管理信息系统和财务管理的管理信息系统等。

● 1.2 会展信息

1.2.1 会展信息的概念

会展业是一个交叉性很强的行业，对会展行业信息的定位不能局限于行业本身，其同时也是一个信息极其密集的行业，对于信息的采集、传输、加工、存储、更新和维护亦是一个复杂的过程。这里给出几种会展信息的表述：

- 展览行业信息。它包括国内外展览场馆的信息、专业展览会信息、参展商和厂商信息、展览观众信息以及展览服务商的信息等。
- 企业各业务部门/管理部门的业务信息/管理信息。它包括主办商对场馆租赁的需求、参展商的参展需求和服务需求、观众网上报名的数据等。
- 综合评估数据。它包括展会评估分析报告、客户和服务商满意度调查报告等。
- 企业内部的公文数据和办公数据。

其中每种信息又都可以细分为多种信息。例如，展览观众信息可分为观众基本信息、观众需求信息和观众现场行为信息三大类。

观众基本信息即以观众名片上的信息为主的信息，主要是观众的姓名、所在单位、所在部门、职务和通过邮寄、办公电话、传真、E-mail、手机等五种方式能联系上该观众的必要信息。观众基本信息包含如下几个方面：

- 观众职务、所在部门的规范信息。把展览会上收集到的形形色色的观众职务和所在部门信息经过规范化处理生成规范的观众职务和所在部门信息，使使用者能按照部门类别、职位类别查询展会观众信息，可以更有针对性地利用观众信息，如需要发技术性的资料给观众，可以只选择“技术”类别的观众，并发E-mail给这些观众；或者只选择“采购”类别的观众，寄发新品信息；或者寄发信息给观众中有决策能力的“高级管理人员”。
- 观众所在城市、省份、国家、区域信息。根据观众的基本信息生成观众的所在城市、省份、区域信息（对于国外观众来说则是所在国家信息），可以按照城市、省份、区域查询对应的观众，便于得到某特定区域的观众信息。
- 观众重要性级别。有些展会会制定一定的规则，通过关键字查询或逐个观众过滤的方式定义出每个观众的重要性级别，以便在使用数据时只针对某个级别的观众。

观众在入口处填写的调查表反映了观众的需求信息。观众的需求信息能清楚定义每个观众的参观目的和个人需求，因此，可以从此角度去查找有价值的观众。

通过观察观众在展会上进出各个场馆、参加各个研讨会、访问各个展台可获

得观众的行为信息,如展会第一天上午来的人有哪些、参加了某个会议的观众有哪些、哪些观众在不同的时间单位内多次来参观、参观了某个分场馆或展台的观众都有谁、展会的观众滞留率等。

1.2.2 会展信息的功能

在现今这个信息化的世界中,说“信息就是金钱”、“信息就是企业的生命”都不为过,管理信息在现代企业的经营中已经上升到了一个全新的高度。在会展行业这个全新的行业中,可以说,一切管理行为都是通过信息的传递和反馈来实现的,管理者通过对信息的利用完成对企业经营活动的计划、组织、协调、控制和监督等管理职能。总的来说,会展行业中信息的功能主要表现在以下几个方面:

(1) 信息是组织和控制经营活动的基础。为了推动会展经济的发展,必须推动相关产业的发展。会展经济的崛起充分表明了会展经济与经济发展水平的正相关关系,经济的快速增长、经济总量的扩大必然会对会展产生强大的需求,促进会展经济的快速发展。要建立会展保障体系,必须加快展览装修、广告、餐饮、交通运输、旅游购物等相关产业的发展,为会展业的蓬勃发展提供全方位的保障。信息在相关产业之间安全、准确、高效地传输、应用和管理可以保证信息在产业之间的共享,为企业组织和控制经营活动提供了基础。

(2) 信息是衡量企业竞争能力的标志。目前,我国会展市场已经进入了新的竞争阶段,表现为国内城市之间的竞争,展览与展览之间的竞争,以及国内展览公司、展览组织者与国外展览公司、展览组织者之间的竞争。会展经济本身对信息化就有着较高的要求,尤其是在信息基础设施和信息资源开放利用方面。它要建立各参展企业的数据库,并能实现共享,在会展设施方面要求具有联系全球的通讯设施。会展行业信息化的进一步发展和规范将使信息的管理成为衡量企业竞争能力的重要标准之一,同时会展经济的发展也对信息产业发展尤其是信息服务业提供了更为广阔的市场。

以前面提到的展览活动中展览观众的信息为例,其主要作用表现在:

(1) 增加现有参展商的满意度。作为一个参展商,其当然希望能够在展览会上见到更多的专业买家,那么怎样才能邀请到更多的专业观众,便成为展会组织者最应关心的问题之一。通过周期展对专业买家信息的积累,是解决这个问题的有效方法之一,如在某次医疗展中,展会组委会将部分观众信息有选择的赠与大会的参展商,收到了参展商的一致好评,并有参展商当即表示一定参加下一届的医疗展,因为他感受到了组委会真正服务于参展商的决心。那么如何提供有价值的观众信息给对应的参展商呢?我们可以通过观众的基本信息和需求信息来鉴别,如某参展商对电控装备类的观众感兴趣,就可以为其提供选择了该类调查问题的观众的信息。

(2) 挖掘潜在参展商。除了常规的观点外,我们发现,在展览会期间,部

分专业公司用于参观的费用已经远远超出了展览会的展位价格,此类公司为展览组织者应关注的潜在参展商。从对调查问题的回答中往往也能够发现这样的潜在客户。在某次系统安全展览会中,调查问题中包括了“阁下的参观目的”一项,部分观众选择了“评估此展览会以做明年参展计划”选项,该数据也可作为确定下届招展对象的重要依据。

(3) 甄别展会的专业观众,提供更为深入的服务。对展会的观众信息进行分析,将其中的部分具有高级职位的用户和直接用户定义为专业观众,可以为其提供更加深入的服务,使其最终成为展会的核心价值,并通过他们的带动作用,吸引更多的专业观众参加展会,从而实现展会的发展和壮大。例如,在每次展会开始前的一段时间,直接寄发打印好的专业观众参观卡给专业观众,免去他们在入口排队之苦是一种很有效的方式,因为专业观众希望被重视的心理得到了满足。这种方式有两方面的好处,一方面,减轻了现场接待的压力,甚至坚持一段时间后,现场工作会减少很多,因为一般的行业观众群不会发生大的变化,每次新增的观众不会太多;另一方面,减少了会后筛选重复观众的工作量。

(4) 为下届招展作准备。通过对展览会观众信息和调查问卷的统计分析,能为下届展览会的组织提供有益依据。

(5) 建立行业的信息库,提供行业信息服务。建立行业日趋权威的买家(观众)信息库,直接掌握行业最新、最活跃的客户资源,可以减少展会对参展商邀请客户的依赖。

通过行业信息库,能为行业提供有偿信息服务。例如,开展直邮服务,有效的客户资源能使用户收到比泛泛的广告宣传更好的效果;为行业提供分析报告,供行业客户购买;为行业提供信息查询服务等。

(6) 实现和参展商的更有效互动。举办展览的一个主要目的就是实现参展商和观众之间的沟通和互动,通过日益健全的观众信息库,能以多种形式实现此目的。

● 1.3 会展信息管理

1.3.1 会展信息管理的主要内容

当前展览行业的信息管理局限在一个较低的层次上,主要表现在:在一次会展活动中,会展主办方和参展商各自独立地重复收集观众名片信息,数据没有共享和交换;缺乏对信息的深入利用;不同会展活动之间的数据是独立的,数据缺乏归并和统一处理,因此如何对行业信息进行有效的管理就显得尤为重要,人们希望通过有效的方法和途径,把信息的孤岛变成信息的海洋。

信息是管理活动中一项极为重要的资源,管理工作的成败,取决于能否做出有效的决策,而决策的正确程度则取决于信息的质和量。

所谓信息管理是指为了满足企业管理需要而进行的信息产生、识别、筛选、收集、加工、传递、存储、检索、输出等各项工作的总称。信息是管理人员可以加工利用的最重要的资源。

信息管理工作的主要内容包括原始数据的收集、信息的加工、信息的传递、信息的存储、信息的检索、信息的输出等几个方面。实现会展信息有效管理的具体方法有很多,例如:

(1) 在会展活动中,会展主办单位采集的观众信息可以为参展商所利用,而参展商在展台收集到的观众行为信息也可以与会展主办单位共享。

(2) 在大型数据库的支持下,同一会展主办单位的各届会展之间的数据完全可以得到及时的归并和统一处理,实现信息共享,更好地确定观众的行为习惯,同时也减少重复采集的投入。

(3) 通过决策支持系统,实现数据挖掘和对数据的深入利用。

(4) 会展服务商通过共享信息可以为会展客户提供如商务旅行、专门接待等更加深入的服务。

1.3.2 会展管理信息系统

会展管理信息系统同其他的管理信息系统一样,是管理信息系统的一个分支,因此它具有数据处理能力。简单地定义,会展管理信息系统即一个以人为主导,利用计算机硬件、软件、网络通信设备以及其他办公设备,进行信息的收集、传输、加工、存储、更新和维护,以会展行业的企业战略竞优、提高效益和效率为目的,支持企业的高层决策、中层控制、基层动作的集成化的人机系统。

信息化是当今世界发展的大趋势,也是我国产业结构优化升级,实现工业化和现代化、增强国际竞争力与综合国力的关键环节。今后的信息化建设将更加注重实效性和行业信息化的完善,以及电子商务、电子政务的应用。

会展业被推崇为“现代城市的面包”,具有强大的产业带动效应,不仅能给城市带来场租费、搭建费、广告费、运输费等直接收入,还能创造住宿、餐饮、通信、旅游、购物、贸易等相关收入。更为重要的是,会展能汇聚巨大的信息流、技术流、商品流和人才流,会对一个城市或地区的国民经济和社会进步产生难以估量的影响和催化作用。信息技术的广泛应用可以使会展经济所带来的复杂的资金、商品和信息流动更加顺畅合理,降低会展各方的运营成本。会展业的发展也推动了信息技术和信息资源的开发应用。会展经济本身对信息化有着较高的要求,尤其是在信息基础设施和信息资源开放利用方面。它要建立各参展企业的数据库,并能实现共享,在会展设施方面要求具有联系全球的通讯设施,同时会展业经济的发展对信息产业的发展尤其是信息服务业的发展提供了更为广阔的市场。

展览会会展行业最直接的市场表现,然而现代展览会已经不再是简单意义上的展示产品、推销产品、购买商品的场所,现代展览会已经快速发展为交